

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, W., & Hartono, J. (2015). *Partial Least Square (PLS): Alternatif Structural Equation Modeling (SEM) dalam Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Amelia, Y. T., & Safitri, K. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Konsumen Pada Café Hangout Di Sampit. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 12(1), 95–106. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v12i1.296>
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Belwal, R., & Amireh, M. (2018). Service quality and attitudinal loyalty: Consumers' perception of two major telecommunication companies in Oman. *Arab Economic and Business Journal*, 13(2), 197–208. <https://doi.org/10.1016/j.aebj.2018.11.003>
- Berman, B., & Evans, J. R. (2001). *Retail Management, eight edition (terjemahan)*. Penerbit Intermedia: Jakarta.
- Bulut, Z. A. (2015). Determinants of repurchase intention in online shopping: A Turkish consumer's perspective. *International Journal of Business and Social Science*.
- Burhan, U. (2006). *Konsep Dasar Teori Ekonomi Mikro*. Malang: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Brawijaya.
- Chin, W. W. (2010). Bootstrap Cross-Validation Indices for PLS Path Model Assessment Handbook of Partial Least Squares. In *Springer*.
- Darusuprpta, F., & Dirgantara, I. M. B. (2019). Studi Tentang Faktor-Faktor Atmosfer Lingkungan Terhadap Keterikatan Pelanggan Pada Coworking Space Di Yogyakarta. *Diponegoro Journal of ...*, 8(3), 1–15. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/djom/article/download/25638/22811>
- Djumarno, Djameluddin, S., Hudaya, A., & Widodo, D. S. (2020). Analysis Of Customer Loyalty Through The Fast Restaurant Customer Satisfaction Factor. *Dinasti International of Digital Business Management*, 1(6), 966–979. <https://doi.org/10.31933/DIJDBM>
- Donald, C., & Schindler, P. (2013). *Business Research Methods: 12th Edition*. Mcgraw-hill Us Higher Ed.
- Ferdinand, A. (2014). Metode Penelitian Manajemen Pedoman Penelitian untuk Penulisan Skripsi Skripsi dan disertai Ilmu Manajemen. *Semarang: Universitas Diponegoro*.
- Ghozali, I. (2008). *Structural Equation Modelling (Edisi II)*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (8th ed.)*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin, J. (2002). *Customer Loyalty, Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Erlangga, Jakarta.
- Griffin, R. J. E. (2010). *Business essentials (8th ed)*. Upper Saddle River. NJ: Prentice Hall.
- Hair, J. F., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least

- squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review*, 26(2), 106–121. <https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128>
- Hallowell, R. (1996). The relationships of customer satisfaction, customer loyalty, and profitability: an empirical study,. *International Journal of Service Industry Management, Vol. 7 No.*
- Haryanto, E. (2013). Kualitas Layanan, Fasilitas Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan Pada Kantor Samsat Manado. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(3), 750–760. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i3.2212>
- Hidayat, C. (2009). Kontribusi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan. *Journal The WINNERS, Vol. 10 No.*
- Isa. (2018). Pengaruh Persepsi Harga, Suasana Toko (Store Atmosphere) dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Paparon's Pizza Solo). *Manajemen Dan Riset Bisnis*, 5(2), 12–21.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principle Of Marketing, 15th edition*. New Jersey: Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran I. Edisi ketiga belas*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Managemen, 15th Edition*. NY : Pearson Education, Inc.
- Kotler, P., & Keller Lane, K. (2011). Marketing management. In *Pearson Education International*. New York: Pearson Educ Int.
- Kotler, P. T., Keller, K. L., Goodman, M., Maired, B., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management, 4th European Edition*. New York: Pearson.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi ke-2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Maps, G. (2019). Ulasan Konsumen di Google Map Terhadap Gahwa Coffe Purwokerto. Retrieved from Ulasan Google Map website: <https://www.google.com/maps/uv?pb=!1s0x2e655f0edf8b59df%3A0x8a04eec7305bf4e013m1!7e115!4shttps%3A%2F%2F1h5.googleusercontent.com%2Fp%2FAF1QipMxRVcGZst816XVkuQvrCY0iqaHgL29UPaT90bM%3Dw312-h176-k-no!5sgahwa-coffee-purwokerto-Penelusuran-Google!15sCgIgAQ&i>
- Masadah, Asngadi, & Singgih, T. C. (2020). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Bank Syariah Di Kabupaten Jombang Yang Dimediasi Variabel Kepuasan. *Jurnal Tabarru': Islamic Banking and Finance*, 3(2), 197–208. [https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3\(2\).5808](https://doi.org/10.25299/jtb.2020.vol3(2).5808)
- Moenir, H. A. . (2015). *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Noviarini, P., & Hasbi, I. (2019). Analisis Faktor Impulse Buying Pengunjung Wanita Transmart Carrefour Buah Batu Bandung. *E-Proceeding of Management* :, 6(2), 3863–3875.
- Octavia, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Nasabah Pt. Bank Index Lampung. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 13(1), 35–39. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.13.1.35-39>

- Pratikto, H. H., & Hermawan, A. (2019). Relationship of Product Quality , Price , Cafe Atmosphere to Customer Loyalty through Customer Satisfaction at Cafe Harmony. *The International Journal Of Business & Management*, 7(3), 323–330.
- Rafika, N. A., & Yulhendri. (2020). *The Effect of Store Atmosphere, Product Quality, Customer Satisfaction and Electronic Word of Mouth on Customer Loyalty in Gubuk Coffee Padang*. 124(2019), 788–802. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.200305.146>
- Rao, P. (2006). *Measuring Consumer Perception Through Factor Analysis*. *The Asian Manager (February-March)*.
- Ribbink, D., Riel, A. C. R. v., Liljander, V., & Streukens, S. (2014). Comfort your online customer: Quality, trust, and loyalty on the internet. *Managing Service Quality : An International Journal*, 146, 446–4.
- Sekaran, U., & Bougie. (2017). Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan-Keahlian. In *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan-Keahlian*.
- Sholihah, I. A. (2020). Pengaruh Suasana coworking dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Merdeka Cafe Nganjuk. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga*, 8(1), 750–756.
- Sinambela dkk. (2014). *Reformasi Pelayanan Publik*. Jakarta : PT Bumi Aksara.
- Stone, M. (1974). Cross-validation and multinomial prediction. *Biometrika*. <https://doi.org/10.1093/biomet/61.3.509>
- Sugiyono. (2008). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D 2008. In *Alfabeta*. Bandung.
- Sugiyono. (2018). Metode Peneiltian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In *Alfabeta Bandung*.
- Sutisna. (2001). *Perilaku konsumen & komunikasi pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Suwondo, A., & Marjan, F. I. (2017). Analisis Pengaruh E-Kepuasan Pelanggan Terhadap E-Loyalitas Pelanggan Kai Access Berdasarkan E-Servqual Pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Daop IV Semarang. *Jurnal Sentrinov*, 3, 338–360.
- Swastha, B., & Irawan. (2008). Menejemen Pemasaran Modern. In *Liberty Offset*.
- Tawakkal, E., Suaib, H., & Zein, E. M. (2021). Pengaruh Harga Dan Suasana coworking Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Cafe Layar Gading Kota Sorong). *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 1(3), 384. <https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v1i3.11149>
- Thungasal, C. E., & Siagian, H. (2019). Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan pada Hotel Kasuari. *Agora*, 7(1), 1–7.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran, Edisi Keempat*. Yogyakarta: Andi.
- Utami, Y. R. (2018). *Pengaruh Kualitas Layanan Coworking Space Terhadap Kepuasan di Kolaborato*. Institut Pertanian Bogor.
- Vildayanti, R. A. (2019). Analisis Pengaruh Customer Delight (Adil dan Jujur(Justice),Pelayanan Terbaik (Esteem) dan Surprised/Finishing Touch) terhadap Loyalitas Pelanggan Es Teler 77 di Jakarta Pusat Tahun 2019. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 5(4), 315.

<https://doi.org/10.30998/jabe.v5i4.4182>

Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (2001). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60, 31–46.

